

**METHOD FOR INCREASING PURCHASE AND ADVERTISEMENT EFFICIENCY VI
PURCHASE RISK SECURITY**

Publication number: KR2000036916
Publication date: 2000-07-05
Inventor: LEE JUNG SUN (KR)
Applicant: LEE JUNG SUN (KR)
Classification:
- international: (IPC1-7): G06F17/60
- european:
Application number: KR20000017066 20000331
Priority number(s): KR20000017066 20000331

Report a data error here

Abstract not available for KR2000036916

Data supplied from the **esp@cenet** database - Worldwide

THIS PAGE BLANK (USPTO)

발명이 이루고자 하는 기술적 과제

따라서 본 발명은 이와 같은 문제를 해결하고자 하는 것으로 중계사는 제조유통업체와 일정조건하에 일정 시점 동안 일정수량의 판매가 이루어지지 않았을 경우 이를 제조유통업체의 제품을 구매한 고객에게 상품 구매액의 전부 또는 일부를 보상해주는 계약을 맺고 수수료를 받고, 중계사는 일반보험사와 만약의 경우 미의 지급을 대신하는 계약을 맺은 후에, 보험증서 또는 법적효력을 갖는 보험뺏지(뺏지 뿐 아니라 스티커휴대폰 액세서리등 비문서적인 것에 넘버링을 하여 보험증서의 효력을 갖게 할 수 있다)에 상기 유통제조업체의 상품을 구매하는 고객과 타겟이 같은 회사의 광고를 실어주고 수수료를 받는다. 또한 광고효과 의 증대를 위해 증서와 뺏지에 부적을 싣는 방법으로, 이는 일반적으로 상품권, 주유권, 복권, 부적등을 지갑 에 넣고 다니므로, 액운을 막아주는 부적을 프린트하여 지갑에 넣고 다니게 유도하는 것이다.

유통제조업체는 매출의 극대화를 이룰수 있고, 광고사는 비용대비 효과의 극대화를 꾀할 수 있고 구매자 는 자기가 구매한 상품 및 서비스가 많은 소비자가 구매하지 않은 상품이라면 이를 보상 받을 수 있으므로 심리적 만족감을 느낄 수 있고 중계사는 제조유통, 광고사와의 중간 마진을 행할 수 있으므로 모두에게 이익을 줄 수 있도록 하는데 그 목적이 있다.

이하 도면을 참조하여 본 발명의 가장 바람직한 실시 예를 설명한다. 먼저 도1은 본 발명의 개념도이다 도2는 본 발명의 실시 실시 예로써 중계사는 대한 극장과 다음 상영작인 "쉬리"의 경우 2월20일부터 5월 20일까지 서울 관객 기준 50만이 입장하지 않았을 경우 입장객 모두에게 입장료전액 6000원을 지급해주는 계약을 맺고 입장객 1인당 300원의 수수료를 받고, 모모보험사와는 만약의 경우 미의 지급을 대신하는 계 약을 1인당 600원에 맺을 경우 중계사는 영화관람객이 주요 타겟고객인 잡지사 "씨네21" 영화관련 인터넷 기업의 주소 "www.moviein.co.kr" 등의 광고를 200원씩에 실을 경우 중계사는 입장객 1인당 100원씩의 수입 을 얻을 수 있다. 이로써 대한극장은 동일한 상영작인 쉬리를 볼 예정인 다른 극장의 관객뿐 아니라 다른 영화를 볼 예정인 고객의 발길을 대한극장으로 옮기므로써 이익의 극대화를 꾀할 수 있고 광고사는 보험 증서의 경우 자신의 광고가 들어간 보험증서를 결재일까지 주요 타겟고객이 보관 또는 지갑에 넣고 다니 면서 지갑을 열때마다 볼것이고 보험뺏지의 경우 가방등에 부착하여 다니므로 적절 관람객뿐 아니라 다른 사람에게도 광고효과가 있을뿐 아니라 결재일 이후에도 뺏지를 가방등에서 떼어낼 때까지는 광고의 효과 를 본다고 하겠다 도3은 본 발명의 보장내역과 광고 그리고 부적이 보험증서와 법적 효력을 가지는 뺏지 에 프린트된 상태도이다.

이상 본 발명을 예시적으로 설명하였지만, 본 발명은 특정 실시예에 한정되는 것은 아니며, 본 기술분야에 서 통상의 지식을 지닌 자라면 본 발명의 본질에서 벗어나지 않으면서도 많은 변경과 수정이 가능하다는 것을 알수있다.

발명의 구성 및 작용

발명의 효과

따라서 유통업체는 일정액의 수수료를 지급하고 불리한 입지조건하에서도 매출의 증대를 꾀할 수 있고 광 고사는 비용대비 광고효과의 증대를 볼 수 있고 중계사는 중간마진을 행할 수 있는 모두에게 이익을 줄 수 있는 유용한 발명이다.

(57) 청구의 범위

청구항 1

구매리스크 보험을 통한 매출증대 및 광고효과 증대방안 있어서

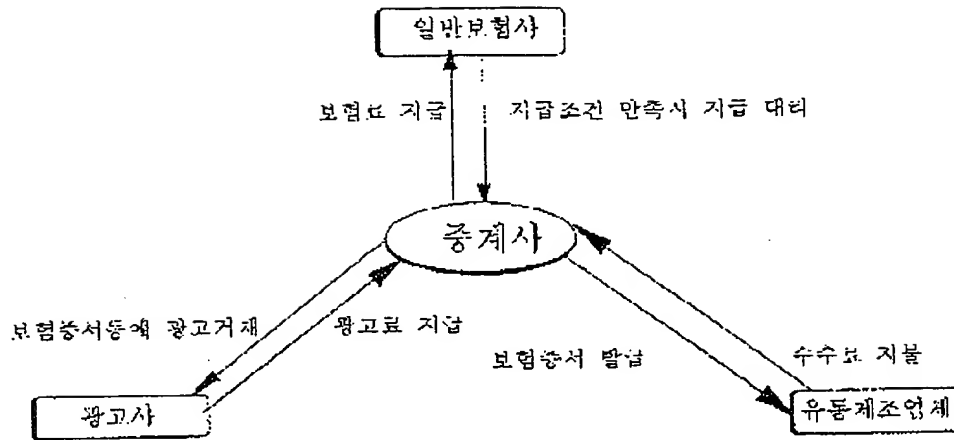
중계사가 제조유통업체와 일정조건하에서 일정기간동안 일정수량의 판매가 이루어지지 않았을 때 제조유통업체의 상품을 구매한 고객에게 구매금액의 전부 또는 일부를 주는 보상해 계약을 맺는 단계와;

중계사는 만약의 경우 미의 지급을 대신 하는 계약을 맺는 단계와;

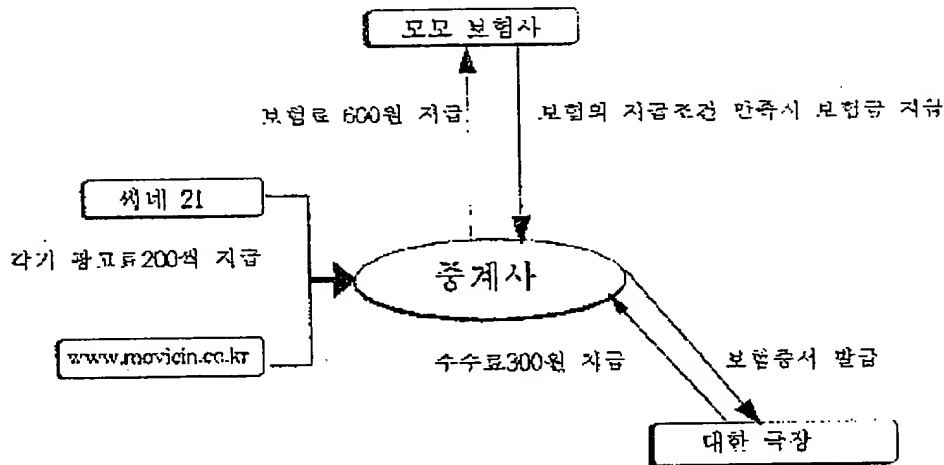
상기의 지급이 보증된 증서등에 광고와 함께부적을 싣는 단계로 이루어지는 것을 특징으로 하는 구매리스크 보험을 통한 매출증대 및 광고효과의 증대방법

도면

도면1



도면2



도면3



a) 보험증서의 전면



b) 보험증서의 뒷면



c) 보험증서에 광고가 실린 상배